

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PRÁVA

Reklama na Internetu a v televizním vysílání  
Advertising on the Internet and TV Broadcasting

Student: Petra Stanovská  
Vedoucí bakalářské práce: prom.prav Pavel Godický

Ostrava 2010

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně a uvedla jsem veškerou použitou literaturu a další prameny.“

V Ostravě dne .....

.....

Petra Stanovská

## Obsah

1.	Úvod.....	1
2.	Reklama.....	3
2.1	Historický vývoj reklamy.....	3
2.2	Historický vývoj regulace reklamy.....	4
2.3	Definice reklamy.....	7
2.4	Internet a reklama.....	8
2.4.1	Historie reklamy na Internetu a uživatelé Internetu.....	9
2.4.2	Služba WWW.....	11
2.4.3	Formy internetové reklamy.....	12
2.4.3.1	E-mail.....	12
2.4.3.2	Web.....	13
2.4.3.3	Mobilní telefony a software.....	14
2.4.4	E-mail marketing.....	15
2.4.5	Struktura internetového reklamního trhu.....	18
2.4.6	Klady a zápory reklamy na Internetu.....	19
2.5	Televizní vysílání.....	20
2.5.1	Provozovatelé televizního vysílání, jejich práva a povinnosti.....	21
2.5.2	Licence a registrace.....	23
2.5.3	Česká televize.....	24
2.5.4	Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.....	25
2.5.5	Účinná reklama.....	27
3.	Právní úprava.....	27
3.1	Zákon o regulaci reklamy.....	29
3.2	Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání.....	33
3.3	Etická samoregulace.....	35
3.3.1	Kodex reklamy.....	35
4.	Regulace reklamy na Internetu a v televizním vysílání.....	38
4.1	Kauzy řešené Arbitrážní komisí Rady pro reklamu.....	38
4.2	Rozdíly v právní úpravě v oblasti reklamy pro Internet a televizní vysílání.....	39
4.3	Reklama a její regulace dle výzkumu.....	41
4.4	Zjištění o reklamě a její regulaci.....	47
5.	Závěr.....	50
	Seznam použité literatury a pramenů	
	Seznam použitých zkratk	
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
	Seznam příloh	

## Seznam použité literatury a pramenů

### Monografie

- [1] BUDIŠ, P. *Elektronický podpis*. 1. vydání. Olomouc: ANAG, spol. s r. o., 2008. 157 s. ISBN 978-80-7263-465-1.
- [2] NOVAKOVÁ, E., JANDOVÁ, V. *Reklama a její regulace*. 1. vydání. Praha: Linde Praha, a. s., 2006. 245 s. ISBN 80-7201-601-6.
- [3] PAVLŮ, D. *Marketingové komunikace a média*. 1. vydání. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2005. 168 s. ISBN 80-7318-306-4.
- [4] ROZEHNAL, A. *Mediální právo*. 1. vydání. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s. r. o., 2004. 295 s. ISBN 80-86473-79-1.
- [5] STUHLÍK, P., DVOŘÁČEK, M. *Reklama na Internetu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 2002. 228 s. ISBN 80-247-0201-0.
- [6] SVĚTLÍK, J. *Marketingové komunikace a kulturní aspekty české a evropské reklamy*. 1. vydání. Zlín: Malá edice FMK UTB, 2007. 54 s. ISBN 80-7318-515-6.
- [7] ŠTĚDRŮ, B., LUDVÍK, M. *Právo v informačních technologiích*. 1. vydání. Kralice na Hané: Computer Media s. r. o., 2008. 132 s. ISBN 978-80-86686-36-3.
- [8] VEČERKOVÁ, E. *Nekalá soutěž a reklama (vybrané kapitoly)*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2005. 330 s. ISBN 80-210-3607-9.
- [9] VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie reklamy*. 3. vydání. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. 296 s. ISBN 978-80-247-2196-5.
- [10] WINTER, F. *Právo a reklama v praxi*. 1. vydání. Praha: Linde Praha, a. s., 2007. 335 s. ISBN 978-80-7201-654-9.

### Právní předpisy

- [11] Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů.
- [12] Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

## Elektronické zdroje

- [13] NOSKA, M. *Návštěvnost českého internetu v roce 2009: Rekord v počtu uživatelů, ale pokles doby na webu*. Dostupné z: <http://computerworld.cz/aktuality/navstevnost-ceskeho-internetu-v-roce-2009-vice-uzivatele-a-mene-straveneho-casu-na-webu-5599> [cit. 7. února 2010].
- [14] Tisková zpráva společnosti Mediaresearch, a. s. *Polovina české populace na Internetu*. Dostupné z: <http://www.mediaresearch.cz/file/183/tz-polovina-ceske-populace-na-internetu.pdf>.> [cit. 7. února 2010].
- [15] Autor neuveden. *Terminologie*. Dostupné z: <http://netboom.cz/terminologie.html> [cit. 2. prosince 2009].
- [16] Internetové stránky Rady pro reklamu. Dostupné z: <http://www.rpr.cz/cz/index.php> [cit. 12. března 2010].
- [17] Kodex reklamy 2009. Dostupný z: <http://www.rpr.cz/cz/index.php> [cit. 18. března 2010].
- [18] Rozhodnutí Arbitrážní komise RPR. Dostupné z: <http://www.rpr.cz/cz/index.php> [cit. 20. března 2010].

## Seznam použitých zkratek

Zákon o PRTV:	zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání
Zákon o RR:	zákon o regulaci reklamy
RI:	reklama na Internetu
WSR:	WWW server
WS:	WWW stránka
TV:	televizní vysílání
PV:	převzaté vysílání
RPRTV:	Rada pro rozhlasové a televizní vysílání
KR:	Kodex reklamy
RPR:	Rada pro reklamu

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠT-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne .....

.....  
Petra Stanovská

Adresa trvalého pobytu:

Františka Formana 275/55, 70030 Ostrava-Dubina

## **Seznam příloh**

Příloha číslo 1:                      Dotazník



## **Příloha č. 1:**

### **Dotazník**

*Dobrý den,*

*jsem studentkou 3. ročníku Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské v Ostravě a v současnosti zpracovávám bakalářskou práci na téma „Reklama na Internetu a v televizním vysílání“. Tímto si Vás dovoluji požádat o vyplnění tohoto dotazníku, jehož výsledky budou použity v mé práci. Dotazník je anonymní a všechna získaná data budou použita zcela a pouze pro účely bakalářské práce.*

*Předem Vám děkuji za Váš čas a ochotu.*

Petra Stanovská

#### **1. Kolik času denně strávíte na Internetu:**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> méně než 1 hodina | <input type="checkbox"/> 1 – 2 hodiny     |
| <input type="checkbox"/> 3 – 5 hodin       | <input type="checkbox"/> více než 5 hodin |

#### **2. Jaká je Vaše nejčastější činnost na Internetu: (pouze 1 odpověď)**

- |                                       |  |  |
|---------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> práce        | <input type="checkbox"/> zábava              | <input type="checkbox"/> hledání informací |
| <input type="checkbox"/> nakupování   | <input type="checkbox"/> komunikace s okolím | <input type="checkbox"/> vzdělávání        |
| <input type="checkbox"/> jiná činnost |  |  |

V případě odpovědi „jiná činnost“ uveďte, o jakou činnost se jedná:

#### **3. Reklamu na Internetu:**

- |                                    |   |   |
|------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> přehlížím | <input type="checkbox"/> vnímám, ale více se o ni nezajímám | <input type="checkbox"/> vnímám a zajímá mě |
|------------------------------------|---|---|

#### **4. Působí na Vás reklama v televizi více než reklama na Internetu?:**

- |                              |                             |                                |
|------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ano | <input type="checkbox"/> ne | <input type="checkbox"/> nevím |
|------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|

#### **5. Je podle Vás reklama v televizi a na Internetu stejně upravována právními předpisy?:**

- |                              |                             |                                |
|------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ano | <input type="checkbox"/> ne | <input type="checkbox"/> nevím |
|------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|

**6. Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání omezuje vysílání reklamy v televizi na určitý časový interval a časový objem v rámci jednoho vysílacího dne. Reklama tedy nemůže být zobrazována kdykoliv. Myslíte si, že by toto omezení mělo platit i pro některé typy reklam na Internetu?:**

- |                              |                             |
|------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> ano | <input type="checkbox"/> ne |
|------------------------------|-----------------------------|

Pokud je Vaše odpověď „ne“, přejděte na otázku č. 9.

#### **7. Jakým způsobem byste takového omezení chtěli dosáhnout?:**

- |   |
|---|
| <input type="checkbox"/> novela stávajícího zákona o regulaci reklamy                           |
| <input type="checkbox"/> nový právní předpis, který by se výlučně zabýval reklamou na Internetu |
| <input type="checkbox"/> nepsané pravidlo   |
| <input type="checkbox"/> jiný způsob  |

V případě odpovědi „jiný způsob“ uveďte, jaký způsob byste navrhovali Vy:

**8. Myslíte si, že je obsah reklamy v televizi více omezován než u jiných velkých médií (např. u plakátů)?:**

- ☐ ano ☐ ne ☐ nevím

**9. Kromě zákonů existuje také mimoprávní regulace, která vychází z předpokladu dobrovolného šíření slušné, etické, pravdivé a legální reklamy. V České republice působí v oblasti samoregulace reklamy Rada pro reklamu. Znáte tento samoregulační orgán?:**

- ☐ ano  
☐ ne, ale vím, že existuje mimoprávní regulace  
☐ ne, ani nevím, že existuje mimoprávní regulace

Pokud je Vaše odpověď „ne, ani nevím, že existuje mimoprávní regulace“ přejděte na otázku č. 12.

**10. Znáte-li mimoprávní regulaci, myslíte si, že je její existence prospěšná pro naši společnost?:**

- ☐ ano ☐ ne ☐ nevím

**11. Rada pro reklamu vydává etický Kodex reklamy. Víte, co je jeho obsahem?:**

- ☐ ano  
☐ ne, ale vím, že Kodex reklamy existuje  
☐ ne, ani nevím, že Kodex reklamy existuje

**12. Znáte nějakou reklamu v médiích nebo venkovní reklamu, o které si myslíte, že porušuje právní předpisy a je nemravná?:**

- ☐ ano ☐ ne ☐ při sledování reklamy tyto věci nevnímám

Pokud ano, uveďte příklad, na který si vzpomenete:

**13. Vzpomenete si na reklamu na Internetu, která je proti právním předpisům a je nemravná?:**

- ☐ ano ☐ ne

Pokud ano, uveďte příklad, na který si vzpomenete:

**14. V případě, že byste shlédli reklamu, která je podle Vás protiprávní, jakým způsobem byste tuto situaci řešili?:**

- ☐ obrátil/la bych se na příslušný státní orgán se stížností  
☐ obrátil/la bych se na Radu pro reklamu se stížností  
☐ danou situaci bych nechal/la na jiných lidech, do té doby, kdy by tato reklama měla negativní důsledek pro mě nebo pro mé okolí  
☐ danou situaci bych nechal/la na jiných lidech

**15. Při činnosti na Internetu Vám vadí: (1 a více odpovědí)**

- ☐ vyskakovací a blikající okna objevující se automaticky bez kliknutí  
☐ samospouštěcí video nebo audio reklama  
☐ okrajová plocha kolem stránky na webu s reklamním sdělením  
☐ jiná forma reklamy na Internetu, která Vám vadí

☐ nevadí mi žádná forma reklamy na Internetu

V případě odpovědi „jiná forma reklamy na Internetu, která Vám vadí“, uveďte příklad formy reklamy:

Pokud je Vaše odpověď „nevadí mi žádná forma reklamy na Internetu“, přejděte na otázku č. 17.

**16. Chtěli byste i takovéto formy internetové reklamy nějakým způsobem omezit?:**

☐ ano      ☐ ne

Pokud ano, uveďte způsob, který byste navrhoval/la:

**17. Jste:**

☐ muž      ☐ žena

**18. Váš věk:**

☐ 16 – 25      ☐ 26– 45      ☐ 46 – 60      ☐ 61 a více

**19. Dosažené vzdělání:**

<input type="checkbox"/> základní	<input type="checkbox"/> střední s výučním listem
<input type="checkbox"/> střední s maturitní zkouškou	<input type="checkbox"/> vysokoškolské

*Děkuji Vám!*